

**PENGARUH MARKETING MIX dan LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN
(Studi kasus Terhadap Pedagang Kue Bandung Pukis dan Martabak
Telor SETIABUDI Pak Man)**

WAHYU MULYAWAN

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200901837@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Strategi marketing mix yang baik akan menimbulkan rasa puas dan loyal bagi konsumen sehingga usaha makanan dapat berkembang sesuai dengan yang diinginkan. Konsep bauran pemasaran (marketing mix) yaitu sebuah perangkat alat pemasaran taktis yang terkontrol dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar, dalam bauran pemasaran ada empat komponen dasar yaitu produk, harga, promosi dan distribusi atau yang bisa disebut dengan 4p. Strategi marketing mix dan dipadu dengan kualitas layanan akan menghasilkan kombinasi bagi terciptanya loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan 100 responden pelanggan Kue Bandung Pukis dan Martabak Telor SETIABUDI Pak Man) dengan tehnik sampel purposive sampling. data analisis data menggunakan regresi linier sederhana dan berganda, uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis t dan F.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh marketing mix terhadap loyalitas konsumen Kue Bandung Pukis dan Martabak Telor SETIABUDI (Pak Man) dengan bahwa nilai t hitung marketing mix sebesar $12,206 > t \text{ tabel } (1,98472)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Terdapat pengaruh pelayanan terhadap loyalitas konsumen "Kue Bandung Pukis dan Martabak Telor SETIABUDI (Pak Man)" dengan nilai t hitung pelayanan sebesar $21,031 > t \text{ tabel } (1,98472)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Terdapat pengaruh marketing mix dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen Kue Bandung Pukis dan Martabak Telor SETIABUDI (Pak Man) dengan signifikansi F hitung sebesar $398,414 > F \text{ tabel } (3,09)$ dan signifikansi F sebesar $0,000 < 0,05$.

Adapun saran yang dapat dikemukakan yaitu diperlukan kombinasi marketing mix yang tepat khususnya harga yang memberikan kontribusi terkecil pada loyalitas dari keempat variabel marketing mix sehingga harus tetap dipertahankan penetapan harga yang telah sesuai dengan produk yang dihasilkan. Selain itu juga perlu adanya peningkatan khususnya mendorong konsumen untuk mau menceritakan keunggulan Kue Bandung Pukis dan Martabak Telor SETIABUDI (Pak Man).

Kata Kunci : Marketing Mix, Kualitas Pelayanan, Loyalitas

**THE EFFECT OF MARKETING MIX and SERVICE ON CUSTOMER
LOYALTY
(Case Study On Pedagang Kue Bandung pukis and Martabak Telor
Setiabudi Pak Man)**

WAHYU MULYAWAN

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200901837@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Marketing mix strategies that will either lead to a feeling of satisfaction and loyalty for consumers that food businesses can be developed in accordance with the desired . The concept of the marketing mix (marketing mix) is a tactical marketing tool device controlled and integrated by the company to produce the desired response market , the marketing mix , there are four basic components, namely product , price , promotion and distribution or which can be called by 4p . Mix and marketing strategy combined with the quality of service will result in a combination to create customer loyalty .

This study uses 100 customer respondents Bandung pukis Cake and Eggs Martabak SETIABUDI Pak. Man) with a purposive sample sampling technique . data analysis using simple and multiple regression , the classical assumption and hypothesis testing t and F.

The results show there are significant marketing mix on consumer loyalty Bandung pukis Cake and Eggs Martabak SETIABUDI (Pak. Man) with that marketing mix t value of 12.206 > t table (1.98472) and a significance value of 0.000 < 0.05 . There is the influence of services to customer loyalty Cake Bandung pukis and egg Martabak SETIABUDI (Pak. Man) with t value of 21.031 services > t table (1.98472) and a significance value of 0.000 < 0.05 . There is the influence of marketing mix and services to customer loyalty Bandung pukis Cake and Eggs Martabak SETIABUDI (Pak. Man) the significance of 398.414 F count > F table (3.09) and significance Fsebesar 0.000 < 0.05.

As for suggestions that can be put forward that is needed is the right combination of marketing mix especially the smallest prices contributed to the loyalty of the four variabel marketing mix so that pricing must be maintained in accordance with product that has been produced . There was also a need to increase particularly encouraging consumers to want to tell excellence Bandung pukis Cake and Eggs Martabak SETIABUDI (Pak. Man).

Keyword : Marketing Mix , Quality Service , Loyalty